



# Ketenpartijen kunnen omschakeling stimuleren

**Veel leveranciers, handelaren en verwerkers zouden meer biologische producten kunnen verkopen, maar het aanbod van de boeren en tuinders schiet te kort. Wat kunnen de ketenpartijen doen om gangbare ondernemers te stimuleren om te schakelen naar biologisch? Deze vraag stond centraal op de werkbijeenkomst 'Het zit zó bij bio: omschakeling en opschaling in de keten', op 26 juni 2008.**

Ketenpartijen kunnen boeren stimuleren bij het omschakelen en daarmee helpen het aanbod van biologische producten te vergroten. Dat is op te maken uit de bijeenkomst 'Omschakeling en opschaling in de keten'. Zowel inleiders als deelnemers aan de discussiegroepen kwamen tot een fors aantal aanbevelingen en tips. De bijeenkomst was een initiatief van Wageningen UR en de Vereniging Biologische Productie en handelsbedrijven (VBP). Sprekers waren Jan Zomerdijk van Ecomel, Wijnand Sukkel van Wageningen UR en Henry van Gurp van ZLTO. Na de presentaties discussieerden de deelnemers in groepen over de wijze waarop ketenbedrijven de omschakeling onder boeren kunnen stimuleren. De bijeenkomst eindigde met een dringende oproep van een van de deelnemers waarop algemene instemming

volgde: 'Laten we als marktpartijen het aanbodprobleem oplossen.'

## Tekorten

In allerlei productgroepen is een tekort aan biologische producten. Vooral in de zuivel, industriegroenten, groenten voor de verse markt en glasgroenten zijn de tekorten groot. Voor wat betreft eieren, aardappelen en (bak)tarwe zijn er geen of weinig tekorten. Dit komt naar voren uit een uitgebreide rondgang langs allerlei afzetorganisaties en bedrijven. Een bijkomend probleem voor biologische producten is dat de markt nog relatief klein is waardoor sterke wisselingen in de tekorten kunnen voorkomen. Bijvoorbeeld in de zomerperiode door vakanties of door het wegvallen van exportmarkten. Het is van groot belang dat de ketenpartijen hun uiterste best doen om de marktsituatie te volgen en met de sector te communiceren. Alleen dan kan er daadwerkelijk marktgericht omgeschakeld worden. Omgerekend is er op dit moment ruimte voor 150 extra bedrijven of 5000 hectare, zo heeft Wijnand Sukkel, onderzoeker bij Wageningen UR, berekend. Indien de groei doorzet en wanneer er bedrijven verdwijnen doordat mensen met pensioen gaan, wordt de behoefte aan biologische bedrijven nog groter. Sukkel onderbouwt zijn betoog met een aantal grafieken. De markt



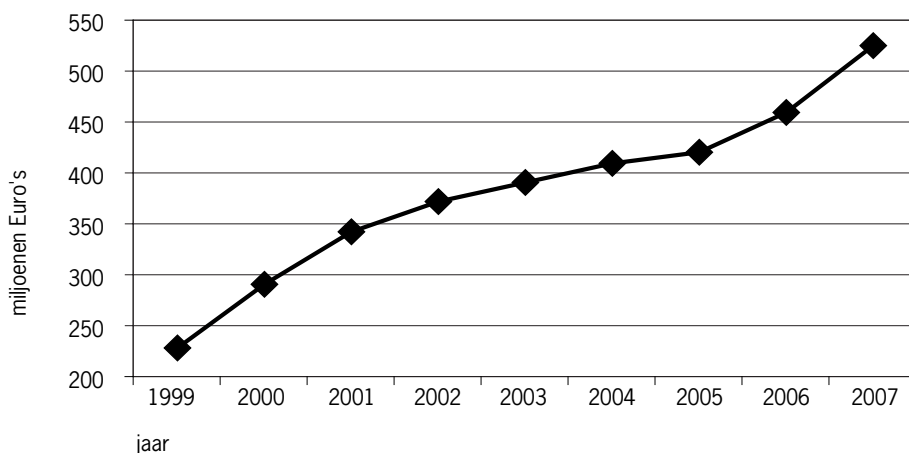
voor biologische producten vertoont een voortdurend stijgende lijn, op een kleine dip na ten tijde van de supermarktoorlog (zie grafiek 1). Wereldwijd is de groei 12 procent per jaar, vertelt Wijnand Sukkel. De verwachting is dat de bestedingen van consumenten blijven stijgen. Hoe anders verloopt de lijn voor de groei van het biologisch areaal: die loopt al een paar jaar vlak (zie grafiek 2). Het aantal bedrijven daalt zelfs (grafiek 3).

## Is het tekort een probleem?

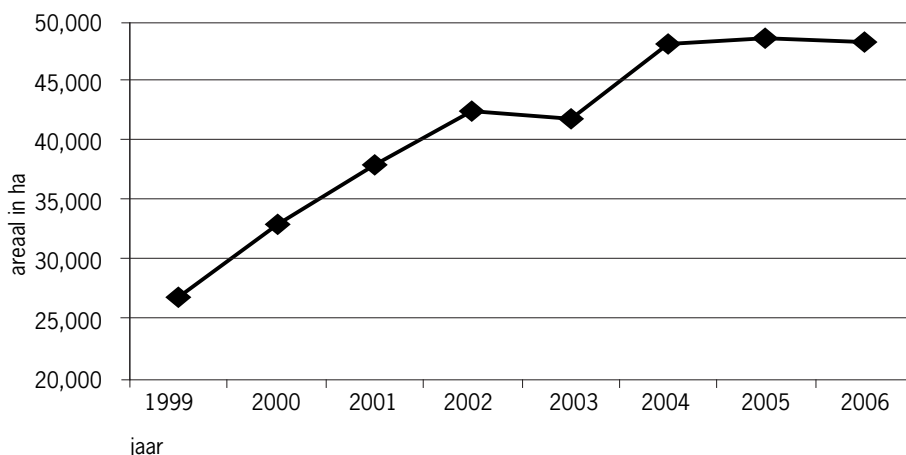
Nee, zeggen veel biologische boeren. Nu kunnen ze eindelijk geld verdienen en reserves opbouwen. Daardoor hebben ze nu geld om in duurzaamheid te investeren. De vraag is echter of dit op langere termijn wel verstandig is. Een campagne om de afzet te laten groeien heeft weinig nut als er geen aanbod is. Bovendien maakt de schaarste het prijsverschil met gangbaar nog groter, waardoor bio zich compleet uit de markt



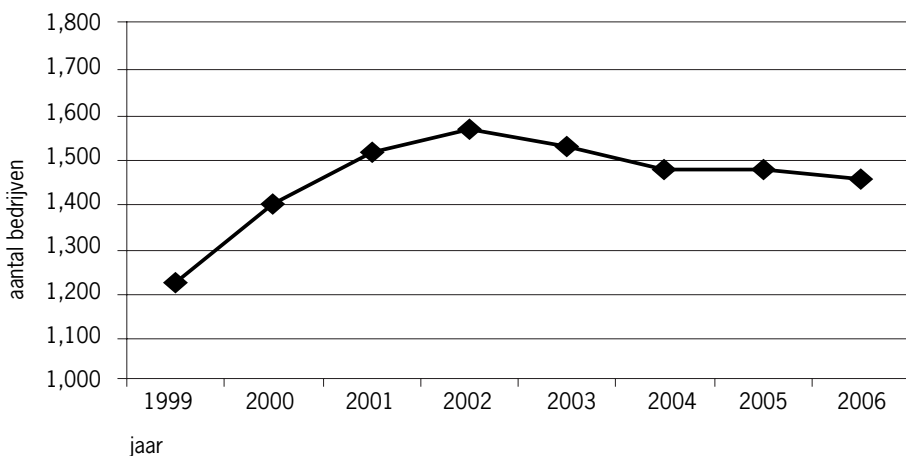
Grafiek 1. Consumentenbestedingen biologisch



Grafiek 2. Ontwikkeling biologisch areaal



Grafiek 3. Ontwikkeling aantal biologische bedrijven



prijs. Dit maakt extra omschakeling urgent, betoogt Sukkel.

Wat houdt potentiële omschakelaars tegen? Interviews met gangbare boeren, die Sukkel ook heeft laten uitvoeren, laten zien dat zij vaak een onvolledig en onjuist beeld hebben van de biologische landbouw. Het verkeerde beeld ontstaat doordat biologisch en gangbaar twee volledig gescheiden werelden zijn. Er zijn vrijwel geen contacten over en weer, niet tussen boeren en ook niet op institutioneel niveau.

Verder is de gangbare landbouw sterk vergrijsd en is er een gebrek aan durf. Een ander obstakel is financieel van aard: gangbare boeren moeten vaak andere machines aanschaffen en hebben in de omschakelperiode nog niet de extra opbrengsten van biologisch. Daar komt bij dat het op dit moment in de gangbare landbouw ook erg goed gaat.

### Wat kan de ketenpartij doen om omschakelen te stimuleren?

De ketenpartij is meer dan alleen een afnemer met producteisen en leveringsvoorwaarden, vindt Sukkel. 'De ketenpartij is partner, meedenker en ondersteuner.'

### 'Prettige schaarste' in de zuivel

Spreker Jan Zomerdijk, directeur van Ecomel, is het niet helemaal met Sukkel eens. In de zuivel valt het wel mee met de tekorten, is de indruk van Zomerdijk. 'Er is een prettige schaarste aan melk in Nederland.'

Zomerdijk ziet dan ook niets in eenzijdige maatregelen om het aanbod aan zuivel te vergroten. Hij waarschuwt: 'Schaarste is het begin van een overschot. Doordat de prijzen hoger zijn gaan boeren bijvoorbeeld meer produceren. Maar een schaarste nu is helemaal geen garantie dat je over twee jaar nog diezelfde afzet hebt.' Daarom probeert Ecomel voortdurend de consumentenvraag te bevorderen. Daarnaast ziet het bedrijf voor zichzelf ook een rol om omschakelen en opschalen te stimuleren. Ecomel betaalt 2 cent omschakelpremie

### Wat kunnen ketenpartijen doen om omschakeling te stimuleren?

Tijdens de werkbijeenkomst kwam een flink aantal praktische tips boven drijven.

*Verbeter het imago van biologisch bij de gangbare sector en communiceer beter*

Gangbare boeren komen nauwelijks in aanraking met de biologische wereld en wat zij horen is vaak negatief. Gangbare boeren die mogelijk willen omschakelen weten daardoor onvoldoende over de toenemende vraag bij consumenten, de goede prijsvorming en de kortere lijnen in de biologische sector.

#### Tips:

- Laat zien dat biologisch een gezonde tak is, doe dat samen met kennisleveranciers en overheden.
- Geef eerlijke voorlichting: vertel over voor- en nadelen van biologische landbouw.
- Informeer gangbare studiegroepen over biologisch, in de zuivelsector is bewezen dat dit werkt.
- Organiseer bijeenkomsten waar je gangbare en biologische boeren op gemeenschappelijke interesses samenbrengt, zoals op bodemkwaliteit.
- De websites van afzetorganisaties moeten nadrukkelijk niet alleen op de consumenten maar ook op de producenten gericht zijn. Besteed daarbij aandacht aan technische en economische mogelijkheden en geef tips om duurzamer te produceren.

*Verhoog de afzetzekerheid en verbeter het vertrouwen*

Omschakelaars willen garanties voor de toekomst, zekerheid en vertrouwen. Zij willen liever gedurende zeven jaar 35 cent krijgen voor een kilo tarwe, dan dit jaar 40 cent en over drie jaar nog maar 20 cent.

#### Tips:

- Maak langetermijnafspraken met de boer over de afzet, de markt en een minimale afnameprijs.
- Investeer in de relatie: ken je leveranciers en heb vertrouwen in ze.
- Werk samen met andere ketenpartijen, vooral in de plantaardige sector.
- Geef de producent inzicht in de ontwikkelingen in de markt.
- Wees transparant wat betreft prijzen en afspraken.
- Verbind de schakels met elkaar. Soms nemen boeren daartoe zelf het initiatief: er zijn er die hun afnemers meenemen naar beurzen.

*Verminder de inkomensdip*

Tijdens de periode van omschakeling maken boeren al wel kosten maar krijgen ze nog geen meerwaarde voor hun product. Dit is een barrière voor potentiële omschakelaars.

#### Tips:

- Geef het omschakelproduct meerwaarde door het als apart product in de markt te zetten.
- Geef investeringssteun (samen met de overheid).

*Verbeter het vakmanschap van de potentiële biologische boer*

Biologisch vraagt meer dan gangbaar boeren om uitgekiend vakmanschap.

#### Tips:

- Draag kennis over, samen met kennispartijen.
- Zet een buddy-systeem op waardoor omschakelaars leren van ervaren biologische boeren.
- Zet afnemers bij elkaar met producenten om ze aan de producent te binden.
- Denk mee tijdens het omschakelproces.
- Stimuleer alleen de echte ondernemers. Alleen zij redden het binnen de biologische landbouw, waar veel inzicht in markt en eigen bedrijf vereist is.
- Richt je op de jonge boeren (NAJK).

*Verbeter de interne communicatie*

Bij bedrijven die zowel gangbare als biologische producten vermarkten, zijn plannen meestal gericht op externe communicatie. Dit terwijl de interne communicatie over biologische producten ontbreekt. Vaak praat een beperkt aantal bio-experts met ondernemers over biologisch, terwijl alle buitendienstmedewerkers hier een rol in zouden kunnen spelen. Zij zijn immers degenen die interesse voor biologisch kunnen opwekken bij gangbare ondernemers en hun behoeftes kunnen peilen.

#### Tip:

- Neem de interne communicatie op in de ketenactieplannen.

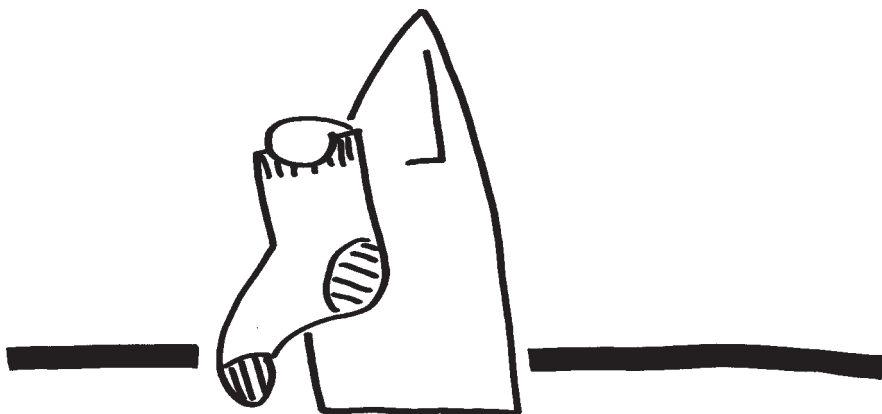
per geleverde kilo melk en het bedrijf helpt boeren om de verplichte omschakelperiode te bekorten. Boeren in omschakeling ruilen voer met biologische boeren zodat de omschakelperiode niet twee maar slechts anderhalf jaar hoeft te zijn. Een laatste idee: 'Misschien moeten we omschakelmelk op de markt brengen, zoals er vroeger onderscheid was tussen Biodyn, voor biologisch-dynamische boeren in omschakeling, en Demeter voor volledig biologische boeren.

### Ervaringen met stimuleren

ZLTO heeft de aanbevelingen uit het onderzoek van Sukkel ter harte genomen in haar project 'Biologisch ondernemen'. Dit is gericht op de akkerbouw/vollegronds groenteteelt. Het project wordt samen uitgevoerd met de Task Force Marktonwikkeling Biologische Landbouw en het Ministerie van LNV.

Speerpunt is samenwerking in de keten. Het achterliggende idee is dat de biologische akkerbouwer/groenteteler een

compleet andere ondernemer moet zijn dan toen hij nog gangbaar teelde, vertelt Henny van Gurp, van ZLTO. Wie omschakelt breekt met zijn afzetorganisatie omdat die geen biologische producten afneemt. Bovendien teelt de omschakelaar meer gewassen, heeft meer afzetorganisaties en meer contracten. Dat betekent dat afzet veel complexer is. Daar komt dan nog bij dat de gangbare boer een verkeerd beeld heeft van biologisch, de markt moeilijk voorspelbaar is en de omschakelaar twee



## Ik ben van de geitenwollen sok...

jaar lang gangbare prijzen ontvangt tijdens de omschakelperiode.

De afzetorganisaties kunnen deze knelpunten helpen verzachten, de beleving en de bekendheid van biologisch verbeteren en daarmee meer gangbare boeren interesseren voor omschakelen, dacht men bij ZLTO. Het project richt zich daarom niet alleen op potentiële omschakelaars, maar ook rechtstreeks op zes afzetpartijen die in de regio van ZLTO actief zijn op biologisch gebied: Ardo, Green Organics, Baltussen, Naturelle, Agrico Bioselect en CZAV/Agrifirm. Met elk van deze afzetorganisaties is een ketenactieplan opgezet. Dit gedetailleerde plan helpt de bedrijven om de afzet te verbeteren. Daarnaast zet zo'n plan op een rijtje hoe de afzetorganisatie een (potentiële) biologische boer aan zich kan binden. Dat kan bijvoorbeeld door in tijden van schaarste langjarige contracten aan te bieden. Of door te garanderen dat de biologische producten na de opstartfase van twee jaar nog zeker drie jaar afgenomen worden. Op die manier moet omschakelen aantrekkelijker worden voor boeren.

De ervaringen van het eerste half jaar wijzen op een succesvolle aanpak, vertelt Henny Van Gorp. Zo komt er steeds meer aandacht bij de ketenpartijen voor het werven van boeren. Ook komt het bedrijfsleven in actie bij presentaties over het project. Het bleek

namelijk dat de biologische ketenpartners nauwelijks activiteiten planden op bijeenkomsten waar veel gangbare boeren samenkomen. Inmiddels erkennen ze dat dat wel nodig is. Op de laatste open dag die ZLTO organiseerde, waren ze dan ook allemaal present. Van Gorp: 'Dat werkte fantastisch. We hadden een stand ingericht van alle producten waar grondstoffen van het biologische bedrijf in zaten. Gangbare boeren stonden echt versteld van de enorme hoeveelheid producten en van het feit dat de producten er zo goed uitzagen. Het was een prima gelegenheid voor de afzetorganisaties om iets over zichzelf te vertellen.'

### Zelf iets doen?

Hebben de informatie in dit Biokennis bericht en de tips u aangezet zelf actie te ondernemen of heeft u nog andere ideeën om omschakeling te stimuleren? Neem dan contact op met Wijnand Sukkel voor nadere informatie of om te bespreken of uw idee in groter verband uitgezocht kan worden.



### Meer informatie

- contactpersoon

Wijnand Sukkel, Wageningen UR

t 0320 291 375 e wijnand.sukkel.nl

i www.biokennis.nl

### Lopend onderzoek

- Marktpositie natuurvoedingswinkels
- Marktpotentieel heavy users
- Biologisch afbreekbare verpakking
- Beleving gezond
- Visievorming schaalvergroting
- Jongeren als nieuwe doelgroep: marktverkenning
- Interactie tussen afzetkanalen
- Nieuwe afzetkanalen
- Kwaliteitsborging
- Schaalvergroting en kostprijs in de zuivel

### Financiering en uitvoering

In Nederland vindt het meeste onderzoek voor biologische landbouw en voeding plaats in grote, voornamelijk door het ministerie van LNV gefinancierde onderzoekprogramma's. Aansturing hiervan gebeurt door Bioconnect, het kennisnetwerk voor de Biologische Landbouw en Voeding in Nederland ([www.bioconnect.nl](http://www.bioconnect.nl)). Hoofduitvoerders van het onderzoek zijn de instituten van Wageningen UR en het Louis Bolk Instituut. De resultaten vindt u op [www.biokennis.nl](http://www.biokennis.nl). Mail vragen en/of opmerkingen over het onderzoek voor biologische landbouw en voeding aan: [info@biokennis.nl](mailto:info@biokennis.nl).

### Colofon

- samenstelling

Wageningen UR

- tekst

Leonore Noorduyt, De Schrijfster

- cartoons

Esther Mosselman, Zwaar Water

- eindredactie

Communicatiewerkgroep biologische landbouw

- vormgeving

Wendy Buss, Grafisch Atelier Wageningen

- druk

Moderndruk, Bennekom

- redactieadres

Wageningen UR, Herman van Keulen

Postbus 409, 6700 AK Wageningen

t 0317 486 370 e [h.vankeulen@wur.nl](mailto:h.vankeulen@wur.nl)